

## DAFTAR PUSTAKA

- Akib, M. (2014). *Hukum Lingkungan Perspektif Global dan Nasional*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Amartin, L. A. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @ExploreBanten Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata di Banten*. (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten).
- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2010). *A Taxonomy for Learning, Teaching and Assesing: a Revision of Bloom's Taxonomy*. New York: Longman Publishing.
- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Program Kampanye “Say No to Plastic Bags Oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat. *Wacana Volume*, 8(2), 155–176. <https://doi.org/10.32509/wacana.v13i2.141>.
- Annsolonet. (2018). “Kampanye No Straw KFC”. Retrieved Maret 10, 2021, <https://www.annsolo.net/>.
- Arbi, F., & Sulih, I. D. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 69-74. <https://doi.org/10.33366/jisip.v6i2.1474>.
- Arikunto, S.(2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D.(2012). *Instagram Handbook*, Jakarta : Media Kita.
- Asmuni, S., Nur, B. H., Jamaliah, M. K., & Zahariah, M. Z.(2015). Public Participation and Effectiveness of the No Plastic Day Program in Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 168, 328–340. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.238>.
- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty.
- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere*. 3rd Edition. Los Angeles (US): Sage.
- Dietkantongplastik. (2016). “Bahaya Kantong Plastik”. Retrieved Januari 2, 2021, <https://dietkantongplastik.info/>.
- Flor, A. G. (2004). *Environmental Communication: Principles, Approaches and Strategies of Communication Applied to Environmental Management*. Que-zone City: UP Open University.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goso. (2017). “Paradigma Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”. Retrieved October 30, 2020. <https://www.researchgate.net/>.
- Griffin, E. M. (2012). *A First Look at Communication Theory*. 8th ed. New York : McGraw Hill.

- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Hasan, I. (2004). *Analisa Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hidayat, R. (2012). *Pengaruh Iklan Rokok Di Televisi RCTI Terhadap Perilaku Membeli Pada Remaja RT 1 RW 1 Desa Siabu Kecamatan Salo Kabupaten Kampar*. (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim).
- Iman, M. (2020). "Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial". Retrieved November 10, 2020, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/>.
- Indonesiagoid. (2019). "Menenggelamkan Pembuang Sampah Plastik di Laut". Retrieved Desember 26, 2020, <https://www.indonesia.go.id/>.
- KFC. (2017). "KFC Indonesia Gagah Gerakan #NoStrawMovement". Retrieved Oktober 20, 2020, <https://kfcku.com/>.
- Kompascom. (2013). "The Body Shop Ajak Kurangi Sampah Plastik". Retrieved November 11, 2020, <https://internasional.kompas.com/>.
- Kompascom. (2019). "Tak Ada Lagi Sedotan Plastik di KFC, Demi Laut Yang Bersih". Retrieved Maret 10, 2021, <https://lifestyle.kompas.com/>.
- KumparanFood. (2018). "Greener Nusantara Solusi Starbucks Kurangi Sampah Plastik". Retrieved November 11, 2020, <https://kumparan.com/>.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- McDonalds. (2018). "McDonalds Indonesia Inisiasikan Gerakan #MulaiTanpaSedotan Untuk Kurangi Limbah Plastik". Retrieved November 11, 2020, <https://mcdonalds.co.id/>.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, A. M. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Normawati. Siti, M., & Anjang, P. (2018). Pengaruh Kampanye "Lets Disconnect To Connect Terhadap Sikap Anti Phubbing. *Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika*, 7(3), 155-164. <http://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>.
- Nugraha, A. P. L. (2019). *Pengaruh Kampanye #BYOT Bring Your Own Tumblr Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan*. (Skripsi, UPN Veteran Jakarta).
- Nuraji, H. W. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @Naikmotor Terhadap Minat Pengetahuan Modifikasi Motor di Kalangan Followers @Naikmotor*. (Skripsi, Universitas Moestopo Jakarta).

- Nufaisa. (2011). *Sistem Penilaian Prestasi Kinerja Karyawan di KFC Royal Plaza Surabaya*. (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Palar, H. (2004). *Pencemaran dan Toksikologi Logam Berat*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1-17. <https://doi.org/10.24002/jik.v9i1.50>.
- Putri, F. A.(2014). *Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully di Media Sosial*. (Skripsi, USU Medan).
- Ronauli, M. P. D. H., Uud, W., Funny, M., & Ira, M. (2016). Hubungan Antara Pesan Kampanye 9 Aksi Ramah Lingkungan Di Akun Twitter Earth Hour Bandung Dengan Sikap Followers Aktif Terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 125–144. <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.11017>.
- Russel, B.H. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Severin, W.J., & Tankard, J. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Silawati. (2019). “Diawali dari Bali, KFC Indonesia Terapkan Gerakan Tanpa Kantong Plastik”. Retrieved Januari 2, 2021, <https://swa.co.id/>.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramdia Pustaka Utama.
- Simorangkir, E. J. Y. (2016). *Green Marketing Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC (Survei Terhadap Konsumen KFC Cabang Riau-Bandung)*. (Skripsi, Universitas Telkom Bandung).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono . (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono & Agus, S. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Surbakti, R. (2006). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Syafrikurniasari, N., & Safira, P. W.(2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *Jurnal Lugas*, 4(1), 17-26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>.
- Tan, A. M., Sarmiati., & Elfitra. (2019). Komunikasi Lingkungan Sebagai Upaya Pencegahan Kerusakan Lingkungan Kawasan Wisata. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 97-108. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i2.5300>.

- Tiara, D. R., Iswanto., & Adib, S.(2018). *Pengaruh Model Tempat Sampah Pencacah Plastik Terhadap Penurunan Volume dan Peningkatan Nilai Ekonomi Sampah*. (Skripsi, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology*. Pearson Educational Internasional.
- Triwijanarko, R. (2019). “KFC Gemakan Gerakan Tanpa Kantong Plastik di Daerah”. Retrieved Maret 10, 2021, <https://www.marketeers.com/>.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press.
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyudi, J., Hermain, T. P., & Arieanti, D. A. (2018). Pemanfaatan Limbah Plastik Sebagai Bahan Baku Pembuatan Bahan Bakar Alternatif, *Jurnal Litbang*, 14(1), 58-67. <https://doi.org/10.33658/jl.v14i1.109>.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2), 130-134. <https://doi.org/10.34010/common.v1i2.576>.

